



# DEN EKSTRAORDINÆRE EKSPONERING

## INVITATION TIL SEMINAR

I 2019 afholdte Dansk Reklame Film et fantastisk og godt deltagerbedømt seminar, der med tre stærke talere gav en masse inspiration og indsigter om den langsigtede kommunikations- og mediestrategi. Én af konklusionerne var, at flere medieplatforme, herunder biografen var stærke til at drive effekt (ROI) på både kort og lang sigt.

I år dykker vi med tre nye interessante talere ned i selve eksponeringssituationen med et fokus på medieinstrumentalitet, målgrupper og opmærksomhed, og dermed hvad der er grundlaget for den effekt forskellige medieplatforme giver på lang sigt.

Få helt nye indsigter fra vores key note speakers, der vil give dig forskellige inspirerende vinkler på dagens tema.

Vi byder også på visning af den længe ventede storfilm *Bond 25: No Time to Die*

### Program

#### **14:30 - Indtjekning**

#### **15:00 - Velkomst**

**Carsten Ellemo** - CEO, Dansk Reklame Film

#### **15:15 - Keynote Speaker**

**Morten Bak Askholm** - Client Director, Business Science

**Kristian Dyhr Toft** - Managing Director, Data Intelligence

Vi måler og registrerer alle medieeksponeringer, som herefter benyttes til diverse værktøjer og systemer. Værktøjerne viser blandt andet, hvor og hvornår medier skal benyttes for at opnå den højeste effekt og effektivitet. Men hvad ligger der bag disse tal? Har vi glemte hvad et medie er og kan, når det benyttes til at eksponere os som forbrugere? Måske er det endda det bagvedliggende, der forklarer hvorfor nogle medier virker bedre end andre.

#### **16:00 - Keynote Speaker**

**Greg Jessiman** - Lead Distribution Consultant, Channel Marketing, Ørsted

Få indblik i hvorfor og hvordan en B2B-annoncør benytter de store formater til at brande virksomheden i offentligheden, og hør om Ørsteds proces fra målsætning, udvikling af kreativt univers og valg af mediemix til succesfulde resultater.

#### **16:30 - Keynote Speaker**

**Sune Mejding** - Content Marketing & Sponsorship Leader, Nordics, Santander Consumer Bank

I en branche præget af hård konkurrence og mange annoncører med taktiske budskaber, har Santander Consumer Bank været på en rejse mod et større fokus på branding. Kom med på rejsen og hør, hvordan Santander Consumer Bank bl.a. arbejder med mediernes instrumentalitet, forskellige kreativer og i sidste ende har formået at øge effektiviteten af medieinvesteringerne.

#### **17:00 - Pause**

Drikkevarer og sandwich

#### **17:30 - Film**

*Bond 25: No Time To Die*

#### **20:30 - Slut**

Tak for i aften

**ONSDAG**

CINEMAXX FISKETORVET

**6. OKT**

KALVEBOD BRYGGE 57

**KL. 14:30**

1560 KØBENHAVN

[KLIK HER FOR AT TILMELDE DIG](#)

DE BEDSTE HILSNER

**DANSK REKLAME FILM**